

5. Знаменская Т. А. Стилистика английского языка: Основы курса. М.: Едиториал УРСС, 2002. 208 с.
6. Ивашкин М. П. Практикум по стилистике английского языка. = A Manual of English Stylistics / М. П. Ивашкин, В. В. Сдобников, А. В. Се-
ляев. М.: АСТ: Восток-Запад, 2005. 101 с.
7. Малый энциклопедический словарь: В 4 т. Т. 1 / Репринтное вос-
произведение издания Брокгауза-Евфрона. Т.: ТЕРРА, 1997. 544 с.
8. Скребнев Ю. М. Основы стилистики английского языка. 2-е изд., испр.
М.: ООО «Издательство Астрель»; ООО «Издательство АСТ», 2003. 221 с.
9. Словарь иностранных слов. 18-е изд., стер. М.: Рус. яз., 1989. 624 с.
10. Galperin I. R. Stylistics. Moscow: Higher school, 1977.
11. The Oxford Dictionary of Allusions / Edited by Andrew Delahunty,
Sheila Dignen, and Penny Stock. Oxford, New York, 2003. 453 p.

С. Н. Балашов

Взаимодействие когнитивных карт в ироническом дискурсе

Как и любой другой вид дискурсивной ситуации, иронический дискурс – это текст, погруженный в ситуацию непосредственной коммуникации. Отличием от других видов дискурса будет качество общения адресанта и адресата в ироническом дискурсе. В своей монографии «Языковой круг: личность, концепты, дискурс» В. И. Карасик относит подобный дискурс к прагматингвистическим типам дискурсивной ситуации [2, с. 304–333]. В упомянутом исследовании затронута проблема юмористического дискурса, а так как ирония обладает большим количеством схожих черт с юмором, будет правомерно провести параллели между юмористическим и ироническим дискурсами. При компаративном взгляде на оба типа, обнаруживается ряд схожих, но не идентичных характеристик, которые свойственны комическим дискурсам. Так, если при юмористическом дискурсе наблюдается намерение участников уйти от серьезного разговора, то иронический дискурс можно охарактеризовать как ведение серьезного разговора в несерьезной форме. В обоих типах комического дискурса наблюдается стремление критически переосмыслить актуальные проблемы, но если юмористический дискурс – это преобладание «мягкой формы критики», то иронический – это характерно едкая критика, а иногда грубая насмешка в случае сарказма. При этом разным будет и поведение адресанта: в юмористическом дискурсе адресант пытается сократить дистанцию с адре-

том, а в ироническом – адресант не только не сближается с адресатом, а, скорее, ставит себя на позицию выше. Но в качестве общей характеристики можно отметить существование парадигмы моделей комического взаимодействия, которые будут актуальны для обоих участников дискурса, а значит, будут приняты во взятой лингвокультуре.

Иронический дискурс как разновидность комической коммуникации обладает рядом черт, характерных для всех форм комического. Среди них можно выделить следующие: *элемент агрессии, комический эффект и наличие диспропорции*. Среди факторов, обеспечивающих успешность иронического дискурса, необходимо отметить *принадлежность коммуникантов к одной группе и адекватность участников иронического дискурса*.

Наличие *элемента агрессии* в иронии обусловлено связью комического с разумом. При этом отмечается, что ирония находится в прямой зависимости от разума, который находит «психомоторное выражение» в иронии, смехе и даже в улыбке, так как «разум связан с агрессией, враждебностью и садизмом», а комическое имеет связь с «подавлением, нарциссизмом и мазохизмом» [8, с. 33]. Подавление агрессии в иронии может быть как при максимальном, так и при минимальном участии «ментальной маскировки». От степени ментальной отшлифовки агрессии реализации иронической смысла будут варьироваться от явного сарказма до еле уловимой изящной иронии.

Комический эффект как феномен, часто обеспечивающий реакцию на комизм в виде смеха, является необходимым условием для создания и сохранения шутки. При этом данный эффект обусловлен наличием у коммуникантов так называемого чувства юмора. Как отмечает А. Н. Лук, интеллектуальная деятельность человека в процессе эволюции общества начинает настолько сильно оказывать влияние на чувства, что последние чаще всего не могут даже возникнуть без участия интеллекта. Присутствие аналитической работы человеческого разума, а также психического основания чувства, вызывает потерю чувством биологической роли в жизни индивидуума [3, с. 17]. Таким образом, комический эффект, обусловленный наличием чувства юмора, имеет интеллектуальное основание, что, в свою очередь, свидетельствует о присутствии когнитивных механизмов при реализации комического.

Наличие диспропорции в объекте осмеяния является одной из основных причин появления комического эффекта. Определение пропорции берет свое начало у древних греков. Пропорция как идеал гармонии, по мнению греков, лежит в основе мира. В свою очередь, диспропорция как явление неестественное, может вызывать смеховую реакцию [6, с. 270]. В своей работе «Шутки: форма, содержание и функция» Кристофер И. Уилсон рас-

смачивает ряд психологических теорий юмора как феномена, построенного на диспропорции [11, с. 10–17]. Данные психологические теории юмора имеют общую идею: комическое – это соединение двух отдельных значений, восприятий или концептов. Феномен комического вызывает две конкретные ассоциации, а диспропорция находится не в отношениях между отдельно взятой ассоциацией и комическим, а между одновременно возникшими ассоциациями. При этом комический эффект появляется при условии, что диспропорция характеризуется быстротой и неожиданностью проявления. При условии, что интеллектуальный уровень коммуникантов достаточен для проведения данных операций, что выражается в адекватном производстве – восприятии комического, наличии необходимого набора фоновых знаний и др., можно говорить о том, что комическая реализация потенциально содержит комический эффект, а дискурс является успешным.

Принадлежность коммуникантов к общей группе обеспечивает быстроту проявления диспропорции и владение необходимым знанием норм и правил, находящихся в диспропорции. Возникновение и восприятие комического, в первую очередь, зависит от *времени создания* шутки. Если автора, порождающего юмористическое высказывание, и воспринимающего шутку разделяет существенный временной отрезок, то можно предположить, что шутка будет не понята, а если даже она и будет правильно интерпретирована, это еще не будет означать, что юмористическая фраза имеет комический эффект. Во-вторых, общность группы обуславливает *наличие определенного набора норм и правил* поведения в данной группе. Как было сказано выше, комическое имеет функцию выхода отрицательной энергии в приемлемом для коммуникантов виде. Следовательно, определенная система норм и правил должна регулировать действия человека (позволять или запрещать поступать тем или иным образом). Понятие *нормы*, в частности, социальной нормы, обуславливает рассмотрение социальной группы, где данная норма характерна. С одной стороны, норма может быть актуальна для всего культурного пространства (макросоциальный уровень), с другой – норма может выступать характерной чертой для меньшей, чем социум группы (микросоциальный уровень). К макросоциальному уровню относятся такие социальные феномены как общество в целом, политика, решение политических и стратегических вопросов, этнические стереотипы, особенности менталитета. Под микросоциальным уровнем понимается отдельная социальная группа, «объединенная в определенного рода деятельности, где преобладает процесс преодоления давления социальных установок социальной реальности, общества в целом и где, в силу этого, юмор приобретает особое значение для членов группы»

[1, с. 8]. В данном случае комическое актуально только для частной группы. Иронический дискурс может быть потенциально неуспешным, если коммуниканты относятся к разным социальным группам. На микросоциальном уровне неуспешность дискурса может возникнуть, если коммуниканты принадлежат разным по гендерному или возрастному признаку группам. Общность гендера у участников дискурса обусловлена разделением комического на женский и мужской юмор. Хотя такое разделение видится довольно условным, существует ряд ситуаций, при которых разнополые коммуниканты «не находят общего языка» [10, с. 162]. *Общность возрастной группы* у коммуникантов является необходимым условием успешности иронического дискурса, что обусловлено равной степенью ментальной подготовленности участников коммуникации. Если предположить, что автор и воспринимающий – это взрослый и ребенок, и говорящий направляет информацию иронического содержания, не адаптируя ее для детского восприятия, то ирония может быть не понята, так как у ребенка обнаруживается нехватка данных для адекватной интерпретации.

Адекватность участников иронического дискурса включает в свою структуру вышеизложенные факторы. Но даже при соблюдении фактора общности группы, важным условием успешности дискурса являются личностные качества участников коммуникации. В частности, психическое состояние коммуникантов на момент протекания иронического дискурса может позитивно или негативно отразиться на продуктивность коммуникации. Так, например, в психотерапии известен опыт использования юмора для проверки психического здоровья, эмоционального состояния и качеств личности испытуемого. Популярный в профессиональных кругах «Тест юмористических фраз» позволяет довольно точно определить соответствие психических данных человека с нормальным (для современного общества) показателем.

Рассмотрение когнитивной природы иронии обусловлено интеллектуальным основанием данного феномена. Анализ иронического дискурса с позиции когниции включает изучение механизмов обработки поступающей информации мозгом человека, исследование процесса сопоставления результатов обработки данных с уже имеющимися в памяти и жизненном опыте схемами отражения действительности, а также модели репрезентации смысловых структур языковыми средствами посредством когнитивных моделей организации смысла.

Совокупность процессов отбора, обработки и накопления информации, а также процесс извлечения и организации реакции на поступающую информацию является *пошаговым процессом* взаимодействия человека с окружающей действительностью. Выполнение и регулировка данного

процесса осуществляется отделами мозга, отвечающими за контроль протекания процессов, а также базой данных с разной степенью архивации информации: быстрая, рабочая и долговременная память. Данная система информационных архивов и парадигмы механизмов работы с информацией может быть обозначена понятием «когнитивная карта».

Под *когнитивной картой* в данном исследовании понимается вся совокупность когнитивных операций и механизмов обработки, хранения и дальнейшего использования информации об окружающем мире. Подобная когнитивная карта человека представляет собой подвижную парадигму моделей и информационных архивов, способную изменяться, пополняться и усложняться по своей структуре. Индивидуальные особенности конкретного человека обуславливают свойственное только ему поведение его когнитивной карты при взаимодействии с действительностью. Корреляция поступающей с уже имеющейся в когнитивной карте информации будет зависеть от качества новых данных, в первую очередь, от новизны воспринимаемого материала.

Для ответа на вопрос о том, на каком уровне происходит идентификация информации по признаку новизны и прецедентности, можно также обратиться к устройству операционной системы искусственного интеллекта. Компьютер, получая новую информацию, после первичной обработки быстрой и рабочей памятью сопоставляет ее с имеющимся накопленным опытом в долговременной памяти. Таким образом, дальнейшая проработка данных будет зависеть от наличия в долговременной памяти похожих и знакомых для воспринимающего информационных моделей. Если учесть, что в информации заложен иронический смысл, то данные информационные модели, или схемы, должны быть социально обусловленными. Другими словами, модель должна содержать социальную норму и приемлемые пути поведения (включая языковое поведение), обеспечивающие адекватное отношение к новой информации. Данные модели или структурированные информационные архивы могут быть названы **концептами**. Правомерность такого обозначения основывается на определении концепта: «*Концепты* – комплексные дискретные единицы сознания, при помощи которых осуществляется процесс человеческого мышления. Концепты выступают как единицы хранения человеческого знания» [7, с. 48].

Иронический дискурс представляет собой взаимодействие когнитивных карт говорящего и воспринимающего. Чаще всего информация, неприемлемая для индивидуального исходного (pre-existing) когнитивного представления о мире и о самом индивиде (когнитивная карта), представлена в некомичной ситуации. Она может быть воспринята как запутанная,

странная, чуждая, или может быть отвергнута как «нонсенс», или же может стать источником дальнейшего интереса и исследования [9, с. 83].

Хэиг выделяет тот факт, что при восприятии странной информации, попытка «очеловечить» или, другими словами, перенести нелепость в уже известный индивиду бытовой сценарий, делает рассматриваемое событие потенциально любопытным, и смятение воспринимающего трансформируется в смеховую реакцию.

Взаимодействие когнитивной карты индивида с информацией может быть представлено в пяти базисных моделях взаимодействия информации и сознания индивида:

Исходная модель. Воспринимаемая информация несовместима с уже существующей когнитивной картой, построенной индивидом до акта восприятия (восприятие нелепости).

Модель 1. Отказ от информации как от непригодной или неважной.

Модель 2. Увеличение объема фактов, из-за чего информация становится совместимой с когнитивной картой, и может быть воспринята далее.

Модель 3. Дополнительное размышление. Когнитивная карта отодвигается на другой план, что дает возможность информации продолжать восприниматься и пониматься. (Это может быть также достигнуто отказом от уже существующей когнитивной карты или постановки получаемой информации в другие условия.).

Модель 4. Изменение размера или вида когнитивной карты, например, изменением системы убеждений, отношений, личностных установок. При этом воспринимаемая информация становится совместимой, и может быть далее воспринимается.

Модель 5. Использование юмора для прорыва через когнитивную карту (быстрый процесс).

По словам Хэига, первая модель характерна для человека, находящегося в депрессивном состоянии. Подавленное, угнетенное состояние приводит к отказу индивида воспринимать информацию.

(1) *«Do you smoke it because it makes you feel manly or because you like it?» «Shut up» – said Tom. / – Ты почему куришь – потому что это тебе нравится или чтобы тебя считали взрослым? – Заткнись, – сказал Том [4, с. 137; 5, с. 142].*

В примере (1) ироничный вопрос героини сталкивается с грубым высказыванием партнера, который прерывает начавшийся дискурс. Нежелание воспринимать иронию вызвано угнетенным состоянием молодого человека, которое обусловлено раздражением по отношению к бывшей любовнице.

Вторая модель актуальна для человека, пытающегося собрать максимальный объем информации о себе и об окружающем его мире. Такая

модель может перерасти в третью и четвертую модели при креативном подходе к восприятию. Третья и четвертая модели характерны для художника, поэта, музыканта или писателя, так как данные модели лежат в основе творчества. Применение пятой модели сопровождается чувством удивления, снимающего напряжение. Данная модель становится возможной только, если воспринимающий может «включить игровой метод и “очеловечить” информацию без эмоционального вовлечения в ситуацию» [9, с. 84]. Модель 2 также имеет место, если воспринимающий – комедийный писатель, который занимается подбором материала и стилистических тропов для воспроизводства информации в произведении.

(2) *«I think you're a much better man than I am a woman, my sweet» she said. He gave her his good, friendly smile and slightly shook his head. «No, dear, I had a wonderful profile, but you've got genius.»* – *Насколько ты лучше меня, моя лапушка,* – сказала она. Майкл улыбнулся своей милой дружеской улыбкой и покачал головой. – Нет, дорогая, у меня был замечательный профиль, но у тебя есть огромный талант [4, с. 139; 5, с. 144].

Ироническое высказывание героини в примере (2) адекватно воспринято собеседником, что подтверждается его ответной репликой, в которой иронический смысл приобретает другое направление: с самоиронии на иронию, направленную на воспринимающего.

Иронический дискурс как процесс взаимодействия когнитивных карт является потенциально успешным при соблюдении ряда условий:

- когнитивные карты коммуникантов будут иметь достаточное количество общих информационных архивов, что необходимо для построения основания для коммуникации;
- транспонируемая информация должна быть актуальной для обеспечения адекватного восприятия;
- когнитивные механизмы организации, презентации и восприятия информации должны носить конвенциональный характер. Общеизвестность моделей оперирования информацией обеспечивается знанием коммуникантами правил и норм поведения при нейтральном, неироническом, информационном дискурсе.

Таким образом, в рамках иронического дискурса происходит взаимодействие когнитивных карт коммуникантов: когнитивная карта адресанта, используя информационные архивы и схемы их организации, моделирует противоречивую когнитивную структуру, девиантность которой несет иронический смысл; когнитивная карта адресата, воспринимая данную девиантную структуру, сопоставляет ее с уже имеющейся нейтральной моделью, и интерпретирует полученное несоответствие как наличие иронического смысла. Модель иронического дискурса при этом является девиант-

ным вариантом нейтрального неиронического дискурса, а отклонение от нейтральной модели несет частичный характер, что обеспечивает быструю и адекватную интерпретацию иронии воспринимающим, и, во многих случаях, комический эффект.

Библиографический список

1. *Бороденко М. В.* Два лица Януса-смеха. Ростов н/Д: АО «Цветная печать», 1995. 86 с.
2. *Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс М., 2004. 390 с.
3. *Лук А. Н.* О чувстве юмора и остроумии М.: Искусство, 1968. 191 с.
4. *Мозм У. С.* Театр. Роман. На англ. яз. М.: Издательство «Менеджер», 2004. 304 с.
5. *Мозм У. С.* Театр. Роман / Пер. с. англ. М.: ООО «Издательство АСТ», 2004. 317 с.
6. *Паркинсон С. Н.* Мышеловка на меху // Иностранная литература, № 7, 1975. 48 с.
7. *Попова З. Д., Стернин И. А.* К проблеме унификации лингвокогнитивной терминологии // Введение в когнитивную лингвистику: Учебн. пособ. Кемерово: Комплекс «Графика», 2004. 146 с. (Серия «Концептуальные исследования». Выпуск 4).
8. *Grotjahn M.* Beyond laughter. Humor and the subconscious. New York, 1966. 286 p.
9. *Haig R. A.* The anatomy of humor: Biopsychosocial and therapeutic perspectives. Springfield, 1988. 202 p.
10. *Lefcourt H. M.* Humor: The psychology of living buoyantly. New York 2001. 208 p.
11. *Wilson Ch. P.* Jokes: Form, content and function. London, 1979. 252 p.

А. А. Батуева

Мифопоэтическая символика семантических диад «хороший – плохой» в германских языках (на индоевропейском фоне)

Многочисленные работы и исследования, посвященные изучению восприятия язычником окружающей действительности и самого себя, указывают на нерасчлененность мышления древнего человека. Важно отме-